

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat yang cukup pesat dalam dunia usaha, sehubungan dengan itu banyak perusahaan baru berdiri dan kembalnya perusahaan yang direhabilitasi, maka berakibat timbulnya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Baik itu persaingan antar perusahaan sejenis maupun perusahaan yang tidak sejenis.

Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan jalan menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal.

Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan. Volume penjualan perusahaan Kapas Putih di Klaten pada tahun 2006 mengalami kenaikan sebesar 0,18% dari tahun 2005. Semakin tinggi volume penjualan maka laba yang diperoleh semakin meningkat, dengan demikian perusahaan akan mampu bertahan

hidup, tumbuh dan berkembang lebih lanjut, serta tangguh dalam mengatasi pengaruh faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah.

Mengingat semakin ketatnya persaingan dalam bisnis dan kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan, memaksakan para pengusaha untuk selalu giat berusaha agar perusahaan dapat tetap menghasilkan laba yang maksimal, sehingga membantu perkembangan usahanya. Salah satu usaha yang dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan cara menentukan harga jual.

Dalam kenyataan tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang antara lain meliputi kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, biaya, tujuan manajer, persaingan. Harga suatu barang merupakan penentu bagi permintaan pasar. Oleh karena itu, harga dapat dipengaruhi oleh luasnya pangsa pasar atau besarnya volume penjualan dari produk yang dihasilkannya. Bagi suatu perusahaan harga tersebut merupakan pendapatan bersih dan juga merupakan keuntungan bersih.

Harga suatu barang dan jasa merupakan suatu variable pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen, Karen dalam hal ini secara langsung kan mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang ingin dicapai.

Penentuan harga jual produk merupakan cara yang harus dilakukan pimpinan dengan berbagai cara atau metode, yang kesemuanya bertujuan agar produk-produk yang dipasarkan dapat dengan mudah disukai dan diterima oleh konsumen atau pembeli.

Faktor lain yang sangat berpengaruh dengan volume penjualan adalah biaya promosi, promosi merupakan unsure penolong untuk menggerakkan permintaan tambahan untuk menciptakan penjualan ulang, terutama untuk memperkenalkan produk baru agar dapat diterima masyarakat. Jika pada masa lalu dimana persaingan kurang begitu tajam, para penjual dan produsen praktis menentukan kehendaknya sendiri tanpa memperhatikan kepentingan konsumen, maka dewasa ini justru konsumenlah yang menentukan berhasil tidaknya suatu produk dari para penjual dan produsen harus secara efektif dan teratur mampu menawarkan, mendekati dan membujuk konsumen dengan cara yang tepat dan menarik.

Untuk melakukan promosi tidak terlepas dari biaya yang harus dikeluarkan. Maka dapat memilih media promosi dipilih media yang efektif dan dapat mengenai sasaran yaitu dapat meningkatkan volume penjualan. Jadi disini harus diperhatikan antara penentuan harga jual dengan biaya yang dikeluarkan untuk promosi serta mampu mengefisienkan biaya promosi yang sebaik mungkin agar dapat mencapai sasaran yang efektif dimana hasil produksinya dikenal konsumen serta dapat menarik sebanyak mungkin pembeli.

Dari latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul dalam penulisan skripsi ini yaitu “PENGARUH PENENTUAN HARGA JUAL DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN KAPAS PUTIH DI KLATEN”.

B. perumusan Masalah

Dalam suatu penelitian salah satu aspek yang penting adalah membuat perumusan masalah yang akan ditulis, maksudnya agar dapat memperjelas dan mempermudah dalam mengkaji isi yang ada didalamnya.

Berdasarkan latarbelakang masalah di atas, yaitu pengaruh penentuan harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan, maka skripsi ini perumusan masalahnya:

1. Adakah pengaruh harga jual terhadap volume penjualan.
2. Adakah pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan
3. Adakah pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

C. Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ada kalanya masalah yang dihadapi sangat luas. Untuk itu langkah yang paling tepat adalah membatasi masalah agar dalam melaksanakan pembahasan masalah tidak meluas. Batasan dalam masalah ini adalah:

1. Terbatas harga jual produk selimut merpati pada perusahaan kapas putih di Klaten.
2. Terbatas biaya promosi produk selimut merpati pada perusahaan kapas putih di Klaten.
3. Terbatas volume penjualan produk selimut merpati pada perusahaan kapas putih di Klaten.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh penentuan harga jual terhadap volume penjualan.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh penentuan harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan alat evaluasi bagi pimpinan untuk menentukan penetapan harga jual dan biaya promosi yang seefisien dan seefektif mungkin dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pemahaman dan penganalisaan, secara sistematis penulisan skripsi penulis kemukakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penyusunan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang pengertian pemasaran, arti penting pemasaran, harga dan pentingnya harga, tujuan penetapan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga, metode penentuan harga, prosedur penetapan harga, strategi penetapan harga, pengertian promosi, tujuan promosi, macam kegiatan promosi, pengertian penjualan, fungsi penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini memuat tentang pengertian metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, penentuan subyek penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisa data

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini memuat tentang gambaran umum perusahaan, penyajian data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran.